

### **Виртуализация выставочного пространства как фактор сохранения культурной памяти**

Сегодня на смену изолированным локальным культурам пришел глобальный культурный универсализм, но вместе с тем усиливается стремление отдельных культур сохранить свою самобытность, отстоять ценность своеобразия, избежать повальной унификации. То есть имеет место естественное культурное противоречие: стремление к общности и одновременная защита уникальности как реакция на первый феномен. Музею как социокультурному институту приходится искать решения обеих проблем.

Музей как социокультурный институт уже около 300 лет накапливает опыт работы в обоих означенных направлениях, что в значительной степени актуализирует задачу исследования природы этого феномена. А вот вопрос внедрения аудиовизуальных технологий в классическое выставочное пространство проблемный и неоднозначный.

XXI в. можно охарактеризовать как эпоху информационной революции: сегодня информацию можно получить практически в любой точке мира, имея под рукой доступ к сети Интернет. Главное достоинство этого феномена – это удобство: например, больше не нужно идти в магазин, покупать газету, нести туда, где комфортно будет прочитать ее. Многие газеты давно обзавелись информационными порталами в Интернете и находятся всегда рядом, в компьютере или в смартфоне. То же можно сказать и о музейной сфере: большинство музеев имеют полноценные сайты, на которых можно ознакомиться с экспозицией или отдельными предметами, не выходя из дома. Уступка ли это современному обществу или же неизбежный культурный процесс трансформации выставочного пространства?

Модель развития музея в XXI в. – это многофункциональный культурный и научный комплекс, в определенных историко-социальных условиях выполняющий роль социально-культурного центра региона и осуществляющий охрану и использование историко-культурного наследия через изучение, реставрацию и музеефикацию объектов, разработку и развитие научно-образовательных программ [1, с. 47].

В новейшее время музей призван служить хранилищем истории, культуры и национального самосознания. Искусство и общество взаимодействуют в пространстве современной экспозиции: музей – это «институт власти», который служит для того, чтобы визуально представлять идентичность и «развивать чувство принадлежности к государству и нации» [2, с. 137].

Главные формы репрезентации в современном обществе – видео и звук, из них создаются полноценные виртуальные проекты. Сегодня музей является хранителем шедевров архитектуры, живописи, скульптуры, литературы, декоративно-прикладного творчества, решает задачи культурно-исторического и нравственно-эстетического воспитания. Он выступает необходимым звеном в цепи «человек – культурное пространство».

Чтобы продуктивно вести свою деятельность, музею необходима эффективная обратная связь с посетителями, потому что музей не только хранитель, но и транслятор культурных ценностей и культурной памяти. А устанавливать ее (связь) на данном этапе развития культуры невозможно без внедрения в работу аудиовизуальных технологий: это и дополнение физической экспозиции (проекции, селф-аудиогиды, смартборды, с которыми могут взаимодействовать посетители), и появление виртуальных филиалов.

С одной стороны, это погружает музейные экспонаты в так называемое бессмертие: картина может истлеть, а ее электронная репродукция – нет. С другой стороны, встает вопрос уникальности культурного артефакта: никакая репродукция не заменит оригинал. Не зря, например, в оптике понятия *virtual focus*, *virtual image* переводятся на русский язык как «мнимый фокус», «мнимое изображение» [3]. Безусловно, виртуализация музейного пространства – это не ключ к решению всех проблем, и чтобы увидеть Мону Лизу, нам все равно придется ехать в Лувр, но это необхо-

димая мера для того, чтобы сохранить внимание зрителя и остаться конкурентоспособными в рамках современной рыночной экономики, способ привлечь новую публику, а значит, и прибыль.

С другой стороны, технологии виртуализации – это новый способ взаимодействия со зрителем, возможность говорить с ним на другом уровне восприятия, максимально вовлекая его в музейные процессы. С помощью аудиовизуальных технологий можно донести необходимую информацию, расставить нужные акценты на выставке, привлечь нужную аудиторию и вывести публику на диалог. Как говорит Л. М. Шляхтина, «сегодняшнего посетителя музея в рамках современной аттрактивной культуры можно назвать “новым культурным потребителем”, ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительного характера, сколько на получение удовольствия» [4, с. 15].

Таким образом, виртуализация выставочного пространства позволяет музею не выпадать из общекультурного процесса, стимулировать и пропагандировать локальную и мировую художественную культуру, сохранять и транслировать конкретные музейные предметы, а значит, и сохранять культурную память.

### Библиографические ссылки

1. Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. М., 2003. 536 с.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М., 2001. 288 с.
3. Online Etymology Dictionary : [сайт]. URL: <http://www.etymonline.com> (дата обращения: 01.11.2019).
4. Шляхтина Л. М. Современный музей: идеи и реалии // Вопросы музеологии. 2011. № 2 (4). С. 14–19.